

KUALITAS PELAYANAN DAN NILAI PELANGGAN PENGARUHNYA TERHADAP LOYALITAS NASABAH BANK BTN PADA KANTOR KAS UNSRAT

Oleh:
Steven P. Katiandagho¹
Silva L. Mandey²
Sjendry Loi ndong³

^{1,2,3} Fakultas Ekonomi dan Bisnis Jurusan Manajemen
 Universitas Sam Ratulangi Manado

e- mail : ¹steven_fungq@yahoo.co.id

²Silvya.mandey@rocketmail.com

³Loi ndong18S@Gmail.com

ABSTRAK

Loyalitas nasabah akan dapat terpenuhi apabila perusahaan dapat memberikan jasa dan produk yang terbaik. PT. BTN persero Tbk, merupakan salah satu instansi perbankan yang mulai berkembang pesat pada bidangnya. Menjadi perusahaan yang berkembang PT. BTN persero Tbk, dituntut untuk memberikan jasa dan produk yang terbaik dan inovatif baik dalam kualitas pelayanan yang diberikan serta nilai-nilai yang ditawarkan untuk mendapatkan nasabah yang loyal. Tujuan penelitian ini membahas tentang Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Nilai Pelanggan Terhadap Loyalitas Nasabah PT. BTN persero Tbk Cabang Manado Kantor Kas UNSRAT. Dengan menggunakan metode penelitian asosiatif kausal dimana metode ini digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel kualitas pelayanan dan nilai pelanggan terhadap loyalitas nasabah. Populasi yang diambil sebanyak 245 nasabah dengan sampel penelitian yang digunakan sebanyak 78 responden. Hasil penelitian menunjukkan Kualitas Pelayanan dan Nilai Pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Nasabah PT. BTN persero Tbk Cabang Manado Kantor Kas UNSRAT. Dengan demikian loyalitas nasabah diharapkan dapat meningkat bila kualitas pelayanan dan nilai pelanggan ditingkatkan.

Kata kunci: *kualitas pelayanan, nilai pelanggan, loyalitas nasabah*

ABSTRACT

Customer loyalty will be met if the company can provide the best service and products. PT. BTN persero Tbk, is one of the banking institutions began to grow rapidly in the field. Be a growing company PT. BTN persero Tbk, is required to provide the best service and products and innovative both in the quality of service provided and the values offered to acquire loyal customers. The purpose of this research is discussing the effect of service quality and customer value on customer loyalty PT. BTN persero Tbk branch Manado cash office UNSRAT. By using the causal associative method where this research is used to determine the effect of the variable service quality and customer value on customer loyalty. Populations is taken as 245 customers with samples use in this study as much as 78 respondents. The result of this study show the service quality and customer value significant positive effect on customer loyalty PT. BTN persero Tbk branch Manado cash office UNSRAT. There for customer loyalty is expected had increase if the service quality and customer value is increase.

Key words: *service quality, customer value, customer loyalty*

PENDAHULUAN

Meningkatnya kebutuhan dan permintaan maka konsumen cenderung memiliki tingkat kepuasan terhadap suatu jasa dapat di bilang sangat tinggi, untuk memenuhi kepuasan konsumen setiap instansi, perusahaan dituntut untuk dapat memberikan pelayanan yang maksimal baik dalam memberikan jasa serta bentuk dan kemasan jasa tersebut untuk dapat memperoleh konsumen yang loyal. Keberhasilan suatu bank dalam memasarkan produknya terletak pada ketepatan strategi yang diambil dengan melihat peluang dan potensi pasar yang ada, hal ini tidak lepas dari yang namanya kualitas pelayanan, di mana hal ini dapat berdampak dalam usaha memiliki konsumen yang loyal terhadap jasa atau produk yang ditawarkan, dengan memiliki konsumen yang loyal secara otomatis akan meningkatkan keuntungan yang akan diperoleh.

BTN Kantor kas UNSRAT merupakan salah satu badan usaha yang bergerak dalam usaha memberikan jasa. Dalam usahanya untuk memberikan jasa yang terbaik tidak lepas dari kualitas pelayanan dan nilai-nilai yang ditawarkan kepada nasabah. Hal ini diharapkan dapat memberikan kepuasan kepada nasabah yang ada pada badan usaha ini sehingga bisa mendapatkan loyalitas dari nasabah yang ada. Namun pada praktiknya hal tersebut belum sepenuhnya terlaksana pada BTN Kantor Kas UNSRAT.

Menarik pemikiran yang ada serta melihat kenyataan yang terjadi dilapangan, maka peneliti mengambil suatu studi untuk mengetahui sejauh mana pengaruh dari kualitas pelayanan yang diberikan dan nilai yang ditawarkan oleh pemberi jasa dapat mempengaruhi loyalitas nasabah pada bank BTN Kantor Kas UNSRAT. Permasalahan yang terjadi diatas, hal yang dapat dilakukan oleh PT. Bank Tabungan Negara yang merupakan salah satu organisasi perseroan yang bergerak dalam bidang jasa keuangan yang menitik beratkan pada jasa pemberi kredit, baik kredit usaha, kredit barang elektronik, kredit kendaraan, sampai pada kredit rumah. Hal ini tentunya secara langsung dituntut kepada pihak pemberi jasa untuk lebih inovatif dan responsif terhadap kepuasan konsumen, dan loyalitas nasabah yang berpengaruh pada profitabilitas perusahaan.

Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh :

1. Kualitas Pelayanan, Nilai Pelanggan terhadap Loyalitas Nasabah PT. Bank Tabungan Negara Persero Tbk, Cabang Manado kantor kas UNSRAT.
2. Kualitas Pelayanan terhadap loyalitas Nasabah PT. Bank Tabungan Negara Persero Tbk, Cabang Manado kantor kas UNSRAT.
3. Nilai Pelanggan terhadap loyalitas Nasabah PT. Bank Tabungan Negara Persero Tbk, Cabang Manado kantor kas UNSRAT.

FAKULTAS EKONOMI
DAN BISNIS
TI NJ AUAN PUSTAKA

Kualitas Pelayanan

Barata (2004: 38) kualitas pelayanan adalah suatu kegiatan pelayanan yang diberikan kepada pelanggan sesuai dengan prinsip lebih mudah, lebih baik, cepat, tepat, akurat, sesuai dengan harapan pelanggan.

Swasta dan Irawan (2001: 408) kualitas pelayanan yang baik, yang diberikan kepada pelanggan maupun pembeli merupakan sesuatu yang sangat penting. Diwujudkan dalam bentuk komunikasi dan konsultasi, pemberian jalan keluar, bantuan terhadap masalah yang dihadapi.

Dimensi Penentu Kualitas Pelayanan

Pelanggan merupakan asset bagi perusahaan, dengan persaingan yang semakin ketat tanpa memiliki pelanggan tetap perusahaan dengan mudah mengalami resiko kemunduran dalam bisnisnya. Bahkan lebih ekstrim lagi perusahaan akan mengalami kerugian yang cukup besar bila ditinggalkan pelanggan.

Lupiyoadi (2006: 182) mengutip lima dimensi dalam menentukan kualitas pelayanan yang di kemukakan oleh Kotler and Keller (2009: 110):

1. Keandalan (*Reliability*) yaitu kemampuan untuk memberikan pelayanan yang sesuai dengan janji yang ditawarkan. Penampilan pelayanan yang handal adalah yang diharapkan konsumen dan berarti bahwa pelayanan itu unggul untuk digunakan setiap waktu. Yang perlu diperhatikan misalnya: cara penampilan brosur, penampilan catatan-catatan dan memeliharanya.
2. Daya Tanggap (*Responsiveness*) yaitu respon atau kesiapan karyawan dalam membantu pelanggan dan memberikan pelayanan cepat dan tanggap, yang meliputi: kesiapan karyawan dalam melayani pelanggan, kecepatan pelayanan dalam menangani transaksi dan penanganan keluhan pelanggan.
3. Kepastian (*Assurance*) meliputi kemampuan karyawan atas pengetahuan terhadap produk secara tepat, kualitas keramahan, perhatian dan kesopanan dalam memberikan pelayanan, ketepatan dalam memberikan informasi, kemampuan dalam memberikan keamanan di dalam memanfaatkan jasa yang ditawarkan, dan kemampuan dalam menanamkan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan.
4. Empati yaitu perhatian secara individual yang diberikan perusahaan kepada pelanggan seperti kemudahan untuk menghubungi perusahaan, kemampuan karyawan untuk berkomunikasi dengan pelanggan dan usaha perusahaan untuk memahami keinginan dan kebutuhan pelanggannya. Kesediaan untuk peduli, memberikan perhatian pribadi bagi pelanggan. Empati mempunyai ciri-ciri seperti: mudah ditemui, memberikan rasa aman dalam berbelanja dan berusaha untuk mengerti apa yang dibutuhkan karyawan.
5. Berwujud (*Tangible*) meliputi penampilan fasilitas fisik seperti: gedung dan ruangan kantor, tersedianya tempat parkir, kebersihan, kerapian dan kenyamanan ruangan, kelengkapan peralatan komunikasi dan penampilan karyawan.

Adanya kelima dimensi kualitas pelayanan tersebut, maka perusahaan dapat lebih mendefinisikan pelayanan yang ada pada pelanggan, di mana kelima dimensi tersebut digunakan oleh pelanggan untuk memberikan penilaian atas kualitas pelayanan dari perusahaan.

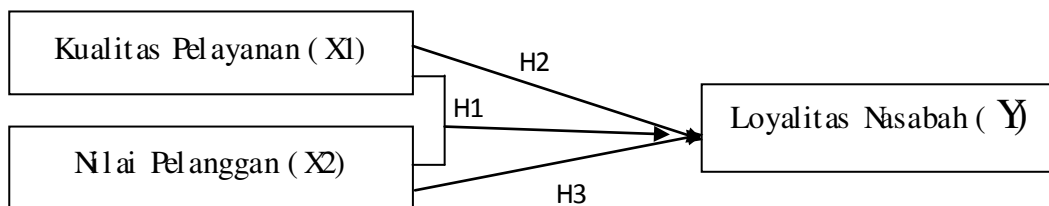
Nilai Pelanggan

Nilai pelanggan merupakan kualitas yang dirasakan pelanggan yang disesuaikan dengan harga relatif dari produk yang dihasilkan oleh suatu perusahaan (Ali da 2007). Persepsi konsumen terhadap nilai atas kualitas yang ditawarkan relatif lebih tinggi dari pesaing akan mempengaruhi tingkat loyalitas konsumen, semakin tinggi persepsi nilai yang dirasakan oleh pelanggan, maka semakin besar kemungkinan terjadinya hubungan (transaksi). Dan hubungan yang diinginkan adalah hubungan yang bersifat jangka panjang sebab usaha dan biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan di yakini akan jauh lebih besar apabila harus menarik pelanggan baru atau pelanggan yang sudah meninggalkan perusahaan, dari pada mempertahankannya.

Loyalitas Nasabah

Tjiptono (2005: 386) mengemukakan bahwa terdapat empat macam kemungkinan hubungan antara kepuasan dan loyalitas pelanggan: *failures*, *forced loyalty*, *defectors*, dan *successes*. Pelanggan yang loyal merupakan aset penting bagi perusahaan, hal ini dapat dilihat dari karakteristik yang dimilikinya, sebagai mana diungkapkan Griffin (2002: 31) pelanggan yang loyal memiliki karakteristik sebagai berikut: (1) Melakukan pembelian secara teratur (*makes regular repeat purchases*). (2) Merekomendasikan produk lain (*refers other*). (3) Menunjukkan kekebalan dari daya tarik produk sejenis dari pesaing (*demonstrates an immunity to the full of the competition*).

Kerangka Konseptual Penelitian



Gambar 1 Kerangka Berpikir Penelitian

Sumber : Kajian Teori 2013

Hipotesis

Hipotesis adalah jawaban sementara terhadap sebuah masalah penelitian, yang kebenarannya perlu di uji secara empirik. Hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Kualitas Pelayanan dan Nilai Pelanggan di duga berpengaruh terhadap Loyalitas Nasabah PT. Bank Tabungan Negara (persero) Tbk Cabang Manado kantor kas UNSRAT.
2. Kualitas Pelayanan di duga berpengaruh terhadap Loyalitas Nasabah PT. Bank Tabungan Negara (persero) Tbk Cabang Manado kantor kas UNSRAT.
3. Nilai Pelanggan di duga berpengaruh terhadap Loyalitas Nasabah PT. Bank Tabungan Negara (persero) Tbk Cabang Manado kantor kas UNSRAT.

METODE PENELITIAN

Jenis dan Sumber Data

Jenis Data

Jenis penelitian yang di gunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dan metode penelitian yang di gunakan adalah asosiatif kausal yang bertujuan melihat hubungan antara variabel dalam penelitian ini.

Sumber Data

Data yang diambil sehubungan dengan penelitian ini yaitu berupa data primer dan data sekunder :

1. Data Primer adalah data yang di peroleh dari objek penelitian baik dari perusahaan maupun dari responden atau nasabah PT. Bank Tabungan Negara (persero) Tbk cabang Manado kantor kas UNSRAT
2. Data Sekunder adalah data yang di peroleh dari lembaga atau instansi yang berhubungan dengan objek penelitian yang di eliti. Dalam hal ini termasuk di dalamnya perpustakaan yang menyediakan literature yang dijadikan sebagai pedoman dalam melaksanakan penelitian

Metode yang di gunakan dalam penelitian ini adalah :

1. Metode Penelitian Turun ke Lapangan (*Field Research Method*) Yaitu cara pengambilan data yang dilakukan dengan melaksanakan penelitian langsung pada perusahaan dan nasabah PT. BTN Persero Tbk, Cabang Manado kantor kas UNSRAT yang menjadi objek penelitian dengan cara;
 - a) Observasi, yaitu dengan cara mengamati secara langsung setiap aktivitas-aktivitas yang dilakukan oleh karyawan, berhubungan dengan kualitas pelayanan PT. BTN Persero Tbk, Cabang Manado kantor kas UNSRAT kepada nasabahnya;
 - b) Wawancara, yaitu pengumpulan data melalui tanya jawab dengan pimpinan dan beberapa karyawan PT. BTN Persero Tbk, Cabang Manado kantor kas UNSRAT;

- c) Kuisi oner, yaitu pengumpulan data melalui pertanyaan secara tertulis yang di beri kan kepada nasabah PT. BTN Persero Tbk, Cabang Manado kantor kas UNSRAT.
2. Metode Penelitian Kepustakaan (*Library Research method*) Yaitu penga mbilan data dari berbagai literat ur - literat ur dengan masal ah yang di hadapi guna menda ptakan landas anteori, ti rjauan pustaka, dan alat analisis yang sesuai dalam me mcahkan masal ah tersebut.

Wakt u dan Te mpat Penelitian

Penelitian ini menga mbil te mpat pada PT. BTN Persero Tbk, Cabang Manado kantor kas UNSRAT dengan wakt u penelitian dari Mei - Juli, 2013

Popul asi dan Sa mpel

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas : obyek/subyek yang mempuny ai kualitas dan karakteristik tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk di pelajari dan ke mudian ditarik kesi npulannya, Sugiyono (2004: 72). Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh karakteristik yang berhubungan dengan penelitian, yaitu seluruh nasabah tabungan pada PT. BTN Persero Tbk, Cabang Manado yang ada pada kantor kas UNSRAT tahun 2012 berjumlah 245 nasabah. Ini di maksudkan untuk mengetahui sejauh mana pengaruh dengan adanya kehadiran Badan usaha ini dapat me nbantu me ni ngkat kan kesejahteraan masyarakat yang ada di manado dengan jumlah sampel 78 orang

Tekni k Analisis Data

Regresi Ii near Berganda

Tekni k analisis data yang di gunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan analisis li near berganda dengan for mula:

$$Y = b_0 + b_1 X_1 + b_2 X_2 + e$$

Di mana:

Y	=	Loyalitas Nasabah
b_0	=	Konstanta dari persamaan regresi
b_1	=	Koefisien regresi dari variabel X_1 , Kualitas Pelayanan
b_2	=	Koefisien regresi dari variabel X_2 , Nilai Pelanggan
X_1	=	Kualitas Pelayanan
X_2	=	Nilai Pelanggan
E	=	error

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Ga mbaran Um u m PT. BTN persero Tbk Cabang Manado kantor Kas UNSRAT

PT. BTN Persero Tbk, Cabang Manado kantor kas UNSRAT merupakan salah satu kantor kas dari kantor cabang Manado. Kantor ini merupakan salah satu bagian kantor yang tugasnya me nbantu kantor cabang Manado dalam me laksanakan pe nberian jasa dan produknya dalam hal ini kantor kas UNSRAT di khususkan untuk me layani nasabah-nasabah yang ada pada daerah ka mpus UNSRAT. Na muntidak me nut up ke mungki nan untuk nasabah yang ada diluar wilayah ka mpus UNSRAT.

Tabel 1. Total Nasabah Bank BTN

Total Nasabah			
Kantor	Jenis Tabungan	31 Des 2011	31 Agst 2012
11 - Manado	Perorangan	15,888	29,773
	Lembaga		10
109 - Bitung	Perorangan	6,932	11,313
	Lembaga	1	5
347 - RS DR Kandow	Perorangan	1,129	2,312
	Lembaga		
349 - UN MA	Perorangan	3,270	4,769
	Lembaga		1
559 - UNSRAT	Perorangan	93	245
	Lembaga		
Total	Perorangan	26,772	48,412
	Lembaga	1	16
	Total Consumer	26,773	48,428

Sumber : PT. BTN(persero) Tbk Cabang Manado 2013

Tabel 1 menunjukkan jumlah total nasabah yang ada pada PT. BTN Persero Tbk, Cabang Manado pada tahun 2012. Pada tabel ini menunjukkan jumlah nasabah dari setiap kantor cabang pembantu dan kantor kas dari kantor cabang BTN Manado, dimana pada kantor cabang pembantu Bitung pada periode 31 desember 2011 sampai dengan 31 agustus 2012 jumlah nasabah perorangan sebanyak 11.313 dan lembaga sebanyak 5 lembaga. Berbeda dengan kantor kas Uni ma pada periode ini jumlah nasabah perorangannya berjumlah 4.769 dengan jumlah nasabah lembaga sebanyak 1. Sedangkan pada kantor kas RS DR Kandow jumlah nasabah perorangannya berjumlah 2.312 dan jumlah yang paling sedikit untuk nasabah perorangan berada pada kantor kas UNSRAT dengan jumlah nasabah sebanyak 245. Pada kantor cabang utama Manado memiliki jumlah nasabah yang paling banyak dari masing-masing kantor cabang pembantu dan kantor kas yang ada, dengan jumlah nasabah sebanyak 29.773 nasabah dan untuk lembaga berjumlah 10 lembaga.

Tabel 2 Data Responden Penelitian

NO 1.	KETERANGAN Jenis Kelamin	JUMLAH RESPONDEN	PERSENTASE
	Laki - laki	35	45 %
	Pere npuan	43	55 %
	Jumlah	78	100 %
2	Kelompok Umur:		
	19 - 25 tahun	30	38,46 %
	26 - 30 tahun	12	15,38 %
	31 - 35 tahun	10	12,82 %
	36 - 40 tahun	14	17,95 %
	41 - 45 tahun	9	11,54 %
	> 46 tahun	3	3,85 %
	Jumlah	78	100 %
3	Tingkat Pendidikan:		
	Pascasarjana	5	6,41 %
	Sarjana	30	38,46 %
	Akade mi / Diploma	11	14,10 %
	SMA/ SMK	32	41,03 %
	Lainnya	0	0 %
	Jumlah	78	100 %

Sumber : Data Oahan 2013

Tabel 2 menunjukkan jumlah dari data responden dimana responden yang diambil di kelompokkan dalam beberapa kategori. Kategori yang pertama responden di kelompokkan dalam jenis umur, dari total responden yang ada, responden wanita merupakan yang paling banyak yaitu 43 responden dan diikuti oleh responden pria

sebanyak 35 responden. Pada kelompok umur responden dikategorikan dalam enam kelompok umur. Yang dominan dari setiap responden adalah yang berumur 19-25 Tahun, sedangkan yang paling sedikit adalah kategori umur lebih dari 46 Tahun. Kemudian untuk kategori tingkat pendidikan SMA/SMK merupakan kategori responden yang paling banyak yaitu berjumlah 32 responden, diikuti oleh Sarjana, Akademi/Diploma dan yang paling terakhir Pasca Sarjana dengan jumlah responden 5.

Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik yang terdiri dari uji Multikolinieritas dan uji Normalitas

Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas di dapat hasil output pada Tabel 3 berikut ini :

Table 3. Koefisien

		Coefficients(a)									
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Correlations			Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Partial	Part	Tolerance	VIF	Std. Error
1	(Constant)	.016	.175		.089	.929					
	Kualitas Pelayanan	.400	.108	.339	3.708	.000	.863	.394	.172	.257	3.895
	Nilai Pelanggan	.583	.088	.608	6.650	.000	.900	.609	.308	.257	3.895

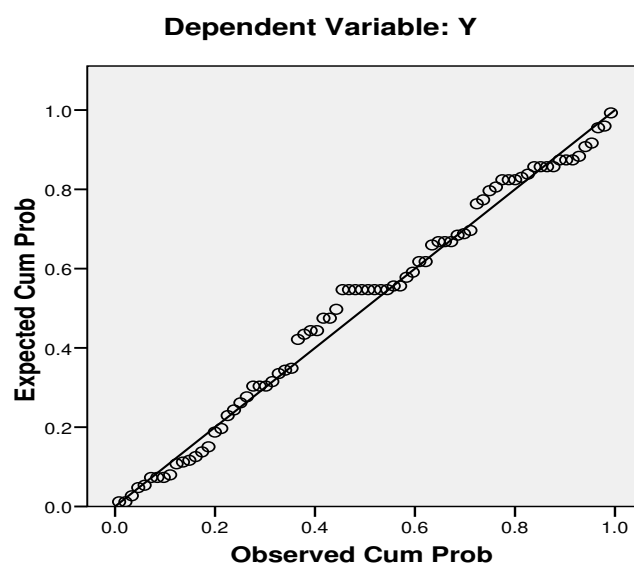
a. Dependent Variable: Loyalitas Nasabah

Sumber : Data Olahan 2013

Tabel 3 tersebut di dapat hasil bahwa semua nilai pada VIF < 10 ini berarti tidak terjadi adanya multikolinieritas. Dan menyimpulkan bahwa uji multikolinieritas ini terpenuhi.

Uji Normalitas

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Sumber : Data Olahan 2013

Normalitas dapat di deteksi dengan melihat penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal dari grafik atau dengan melihat histogram dari residualnya. Dari analisis kurva dapat dilihat bahwa data menyebar di sekitar

diagram dan mengikuti model regresi yang ada, sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa data yang diolah merupakan data yang berdistribusi normal, sehingga uji normalitas terpenuhi.

Uji Hipotesis

Uji F

Untuk mengetahui pengaruh variabel Kualitas Pelayanan dan Nilai Pelanggan terhadap Loyalitas Nasabah pada PT. BTN Persero Tbk, Cabang Manado kantor kas UNSRAT secara simultan atau bersama-sama. Dapat dilihat pada tabel 4 berikut ini :

Tabel 4 Uji Secara Simultan

ANOVA(b)

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	36.977	2	18.488	195.720	.000(a)
	Residual	7.085	75	.094		
	Total	44.062	77			

a. Predictors: (Constant), Nilai_Pelanggan, Kualitas_Pelayanan

b. Dependent Variable: Loyalitas_Nasabah

Sumber : Data Oahan, 2013

Tabel 4 menunjukkan nilai $F_{hitung} = 195.720$ dan $F_{tabel} = 2.14$. Jadi nampak bahwa $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak berarti H_a diterima. Atau dapat juga dilihat bahwa signifikan F sebesar 0,000 ini menunjukkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima. Dengan demikian hasil uji F menyatakan bahwa H_0 ditolak berarti H_a diterima, artinya faktor-faktor kualitas pelayanan, nilai pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah PT. BTN Persero Tbk, Cabang Manado kantor kas UNSRAT.

Uji t

Hasil uji pada tabel 3 dapat diketahui hasil t_{hitung} untuk variabel b_1 (kualitas pelayanan) = 3.708 dan $t_{tabel} = 2$. Karena $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak berarti H_a diterima. Atau dapat juga dilihat signifikan t untuk bentuk sebesar 0,000 ini menunjukkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya variabel kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas nasabah PT. BTN persero Tbk, cabang Manado kantor kas UNSRAT. Hasil t_{hitung} untuk variabel b_2 (nilai pelanggan) = 6.650 dan $t_{tabel} = 2$. Karena $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak berarti H_a diterima. Atau dapat juga dilihat signifikan t untuk keyakinan sebesar 0,000 ini menunjukkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya variabel nilai pelanggan berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas nasabah PT. Bank Tabungan Negara (persero) Tbk, cabang Manado kantor kas UNSRAT.

Pembahasan

Hasil penelitian (Aida, 2007) bahwa; nilai dari kinerja atribut jasa tabungan yang diterima oleh nasabah berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap tingkat kepuasan adequate dan tingkat kepuasan desired. Tingkat kepuasan adequate dan tingkat kepuasan desired berpengaruh secara signifikan dan negatif terhadap loyalitas nasabah di Sul Sel. Hal ini disebabkan oleh karena harapan yang diinginkan nasabah belum dapat dipenuhi oleh kinerja atribut, sehingga terjadi ketidakpuasan nasabah terhadap atribut-atribut yang ada. Variabel tingkat kepuasan merupakan variabel mediator dan moderator bagi hubungan antara Nilai dengan loyalitas. Ditemukan juga adanya hubungan langsung yang signifikan dan positif antara nilai dengan loyalitas nasabah.

Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Nilai Pelanggan Terhadap Loyalitas Nasabah bank BTN Cabang Manado kantor kas UNSRAT

Hasil uji statistik yang dilakukan oleh peneliti menjelaskan bahwa kualitas pelayanan dan nilai Pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah dengan nilai koefisien yang signifikan. Pada hasil uji statistik dijelaskan bahwa indikator-indikator yang ada pada kualitas pelayanan dan nilai pelanggan yaitu :

Kehandalan, Daya Tanggap, Kepastian, Empati, Berwujud, Nilai Produk, Nilai Layanan dan Nilai Personel berpengaruh terhadap loyalitas nasabah bank BTN Manado kantor kas UNSRAT. Dengan demikian dapat diketahui berdasarkan temuan dari hasil penelitian sebelumnya jika faktor-faktor kualitas pelayanan, nilai pelanggan, bertambah atau mengalami peningkatan, maka loyalitas nasabah juga akan meningkat ini membuktikan bahwa penelitian yang dilakukan oleh peneliti adalah penelitian yang valid dan dapat diterima. Jadi dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang kuat dan searah antara kualitas pelayanan dan nilai pelanggan terhadap loyalitas nasabah di mana angka koefisien regresi yang diperoleh dari hasil penelitian semuanya menunjukkan angka positif.

PENUTUP

Kesimpulan

Hasil penelitian yang dilakukan dapat disimpulkan bahwa :

1. Kualitas Pelayanan dan Nilai Pelanggan berpengaruh secara bersama terhadap Loyalitas Nasabah. Kualitas pelayanan dan nilai pelanggan berpengaruh secara simultan terhadap Loyalitas Nasabah PT. Bank Tabungan Negara (persero) Tbk, Cabang Manado kantor kas UNSRAT.
2. Hasil pengujian yang dilakukan, Kualitas Pelayanan merupakan variabel yang paling rendah pengaruhnya dibandingkan dengan variabel Nilai Pelanggan.
3. Nilai Pelanggan merupakan variabel yang dominan paling berpengaruh terhadap Loyalitas Nasabah hal ini dibuktikan dengan hasil Uji di mana nilai dari variabel Nilai Pelanggan merupakan yang paling besar dari variabel lainnya.

Saran

Saran yang disampaikan oleh peneliti adalah :

1. Lebih meningkatkan kualitas pelayanan yang diberikan kepada nasabah untuk mendapatkan loyalitas nasabah, karena nilai kualitas pelayanan yang diberikan oleh pihak pemberi jasa (bank BTN Cabang Manado kantor kas UNSRAT) masih lemah dan sangat perlu untuk ditingkatkan.
2. Mempertahankan dan meningkatkan lagi nilai pelanggan yang telah diperoleh untuk mendapatkan nasabah yang loyal pada bank BTN Cabang Manado kantor kas UNSRAT.
3. Mengevaluasi kembali jasa yang diberikan dan mencoba inovasi-inovasi baru untuk memberikan kualitas pelayanan dan jasa yang terbaik, sehingga apa yang ditawarkan dapat memberi profit bagi perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Alida, Palilati. 2007. Pengaruh Nilai Pelanggan, Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan Perbankan Di Sulawesi Selatan *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan Jurusan Ekonomi Manajemen, Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Petra*. ISSN 1411-1438 Vol 9. No 1. <http://www.petra.ac.id/~puslit/journal/dir.php?DepartementID=MAN> Diakses pada 5 Mei 2013. Hal. 73-81.
- Barata A Adya. 2004. *Dasar-Dasar Pelayanan Prima*. PT. Hex Media Komputindo, Jakarta.
- Butz, Howard E. Jr. and Goodstein, Leonard D 1996. Measuring Customer Value: Gaining The Strategic Advantage. *Journal Organizational Dynamics*. Diakses pada 9 februari 2014. 24. Pp. 63-77.
- Griffin, Jill 2002. *Customer Loyalty Howto Earn it, Howto Keep it*. Lexinton Books, Singapura.

- Kotler, P., and K. L. Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 12, PT. Micanan Jaya Cemerlang Jakarta
- Lupi yoadi, R. nbat. 2006. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Salemba Empat, Jakarta
- Schiffman, Lazar, Kanuk. 2000. *Consumer Behavior*. International Edition. Prentice Hall Inc. New Jersey
- Sugiyono. 2004. *Metode Penelitian Bisnis*, Penerbit Afabeta, Bandung
- Sugiyono, 2009. *Metode Penelitian Administrasi*. Penerbit Afabeta, Bandung
- Swasta B dan Irawan. 2001. *Manajemen Pemasaran Modern*. Liberty, Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy. 2005. *Pemasaran Jasa*. Edisi Pertama, Bayu media Publishing, Malang

